

Säljträning

Innehåll

- **Behovsanalys** – att kunna göra en ordentlig behovsanalys. Deltagarna tränas i att på ett strukturerat sätt lära känna sina kunder, ställa relevanta frågor som ger den information de behöver för att identifiera nya affärsmöjligheter.
- **Beslutsprocessen** – att förstå den process en kund går igenom för att vara beredd att fatta ett beslut och att kunna genomföra ett säljsamtal ”från a till ö”.
- **Lyssna och identifiera köpsignaler** – att vara lyhörd när kunden ger positiva signaler och kunna spinna vidare på dessa.
- **Kommunikation** – att kunna kommunicera på ett förtroendefullt och engagerat sätt oavsett om situationen är person till person eller inför en grupp.
- **Förslag** – att kunna kommunicera förslag till lösningar så att de av kunden upplevs som relevanta och skraddarsydda.
- **Boka möten** – att ta initiativ till möten med befintliga och potentiella kunder.
- **Identifiera / utveckla kunder och prospects** – att etablera goda vanor när det gäller att ta de initiativ som behövs för att underhålla befintliga kunder, utveckla konton och initiera nya kontakter med potentiella kunder.
- **Invändningar och synpunkter** – att kunna ”vända” lite tuffare situationer. Bemöta frågor, synpunkter och motargument på ett sådant sätt att dialogen med kunden fortskrider på ett positivt sätt.
- **Uppföljning och service** – att hela tiden ”ligga steget före” så att nöjda kunder bibehålls och eventuella mindre nöjda kunder hanteras på ett professionellt sätt.
- **Överenskommelser och avslut** – att kunna behärska olika sätt att ”få ordern” och att kunna behålla initiativet till fortsatta diskussioner/affärer.

Genomförande

Innan träningen startar genomförs personliga samtal med samtliga deltagare för att tydliggöra syftet med insatsen och för att sätta personliga mål med träningen.

Träningen bygger på att deltagarna tränar, reflekterar, coachas, tillämpar och följs upp.

Deltagarna arbetar med uppsatta mål under hela kursen och hålls ansvariga för sina åtaganden och rapporterar vid varje tillfälle om uppnådda resultat och insikter.

Tidsåtgång

4-6 antal träffar beroende på innehåll och omfattning.